

Auf der Suche nach Neukunden

10 Tipps, wie Sie schnell zu neuen Aufträgen kommen

Die meisten Unternehmer möchten gerne Neukunden gewinnen – möglichst schnell und möglichst viele. Doch wie funktioniert das? In diesem Artikel finden Sie zehn praxiserprobte Tipps, um Ihre Kundengewinnung auf Turbo zu schalten.

Kürzlich fragte ich einen Geschäftsführer, welche Erfolge sein Aussendienst bei der Neukundenakquise habe. »Unsere Verkäufer betreuen überwiegend Bestandskunden. Neukunden kommen nur sehr selten über unseren Aussendienst«, antwortete er. Auf meine Frage, wie viele Besuche bei Stammkunden seine Verkäufer denn pro Tag absolvierten, hörte ich: »Im Durchschnitt zwei.« Ich war sprachlos. Da beschäftigt ein Unternehmer rund 20 angestellte Verkäufer und bezahlt ihnen hohe Gehälter plus Spesen und Dienstfahrzeug, damit diese lediglich zwei Besuche pro Tag bei Kunden machen, die das Unternehmen ohnehin schon auf der Kundenliste hat. Lesen Sie nun, wie Sie es besser machen können.

Tipp 1: Ein Verkäufer, der keine Kunden akquiriert, ist kein Verkäufer!

Wenn Sie Verkäufer im Innen- und Aussendienst beschäftigen, dann verlangen Sie von diesen Mitarbeitern unbedingt auch regelmässige Akquise bei potenziellen Neukunden. Wer sonst soll denn neue Aufträge an Land ziehen, wenn nicht Ihre Verkäu-

fer? Stellen Sie hier klare Vorgaben auf – beim Innendienst die Anzahl der Anrufe und beim Aussendienst die Anzahl der Besuche pro Tag –, und führen Sie eine Erfolgskontrolle durch. Neukundengewinnung ist zu 60 Prozent Fleiss und zu 40 Prozent Strategie.

Tipp 2: Machen Sie Direktbesuche – ohne Voranmeldung!

Sie haben noch Zweifel, ob Direktbesuche zu Ihrer Branche passen, vielleicht weil Sie keine vorzeigbaren Produkte, sondern eine Dienstleistung anbieten? Im April machte ich mit einem EDV-Dienstleister, der zunächst ähnliche Bedenken hatte, einen Tag lang Kaltbesuche bei Neukunden. Wir schafften rund 25 Besuche, konnten fünfmal eine kurze Präsentation durchführen und mehrere Termine vereinbaren. Das Ergebnis dieses Tages wenige Wochen später: vier neue Kunden für das EDV-Unternehmen!

Tipp 3: Versenden Sie Werbebriefe, und fassen Sie telefonisch nach!

Heutzutage hätten Mailingaktionen keinen Erfolg mehr – hört man oft.

Ich bin da anderer Meinung. Werbebriefe sind sehr preiswert und können Ihnen viele neue Kontakte und Aufträge bringen, wenn sie die passende Zielgruppe mit dem richtigen Angebot ansprechen und gut, klar und nicht weitschweifig formuliert sind. Ihre Erfolgsquote steigt, wenn Sie

- das kostenlose Beratungsangebot der »Direktmarketing-Center« der Deutschen Post nutzen, damit Ihr Anschreiben professionell wirkt und bei der richtigen Zielgruppe landet,
- nur ein konkretes Angebot machen, denn zu viele Angebote machen Ihrem Kunden die Entscheidung schwer,
- ein Antwortelement einsetzen, z.B. eine Antwortkarte, ein Antwortfax, eine Rückrufnummer oder die Aufforderung, eine Broschüre von Ihrer Website herunterzuladen,
- den Kundennutzen betonen, statt nur langweilig aufzuzählen, was Sie alles anbieten,
- bei den Empfängern kurzfristig (etwa 3-7 Tage später) telefonisch nachfassen.



Tipp 4: Rufen Sie jede Woche ein paar Neukunden an!

Fällt es Ihnen auch schwer, 50, 70, 100 oder gar 150 Neukunden pro Tag anzurufen, wie es vielen Callcenter machen? Ich kann Sie beruhigen: Das ist auch gar nicht notwendig, schliesslich sind Sie kein Callcenter-Agent. Rufen Sie doch stattdessen täglich nur zwei Neukunden nach dem Frühstück an, als morgendliche »Akquise-Fitnessübung«. Das sind zehn Kontakte pro Woche, 40 im Monat und gut 400 im Jahr. Wenn Sie 400 Neukunden pro Jahr kontaktieren, brauchen Sie sich wegen der Neukundenquote keine Sorgen mehr zu machen und können gleichzeitig die ungeliebte Akquise auf ein Minimum beschränken.

Tipp 5: Werden Sie Premium-Mitglied bei XING, und gehen Sie dann auf Kundenfang!

Sie sind noch nicht Mitglied bei XING? Oder Sie sind es, nutzen es aber es kaum? Dann geht es Ihnen so wie vielen. Dabei ist die Neukundengewinnung über XING kinderleicht. Beispielsweise kann ich als

Verkaufstrainer dort bequem nach »Vertriebsleiter«, »Verkaufsleiter« und ähnlichen Ansprechpartnern suchen und bekomme dann in Sekunden eine Top-Adressliste angezeigt. Diese kann ich gezielt akquirieren: per Mail, Brief, Telefon oder Direktbesuch. Was hält Sie davon ab, es genauso zu machen? Informieren Sie sich näher unter www.xing.com.

Tipp 6: Stellen Sie bei Ihren guten Stammkunden die »doppelte Empfehlungsfrage«!

Natürlich haben Sie schon oft vom Empfehlungsmarketing gehört, stimmt's? Aber haben Sie Ihren treuen Bestandskunden auch die Empfehlungsfrage gestellt? Nach meiner Erfahrung nutzen rund 95 Prozent der Verkäufer und Unternehmer diese Möglichkeit gar nicht oder nicht oft genug. »Herr Kunde, wir arbeiten jetzt schon seit vielen Jahren sehr erfolgreich zusammen ... Auf Ihrem XING-Profil habe ich gelesen, dass Sie in verschiedenen Gruppen und Organisationen Mitglied sind. Dort kennen Sie sicherlich viele andere Geschäftsführer und Unternehmer.

Wem würden Sie denn da auch mal die Vorteile unserer Zusammenarbeit zukommen lassen?« Diese einfache Frage ist schon die halbe Miete beim Empfehlungsmarketing. Die andere Hälfte bekommen Sie, wenn Sie Ihre zufriedenen Kunden bitten, Ihnen eine Empfehlung zu schreiben. So etwas ist sehr wirkungsvoll bei der Neukundenansprache.

Tipp 7: Qualifizieren Sie Ihre Mitarbeiter in der Verkaufskommunikation!

Nach neun Jahren Erfahrung als Verkaufstrainer stelle ich immer wieder fest: Hier wird der meiste Umsatz verhindert. Ein potenzieller Kunde ruft an und wird gleich wieder abgeschreckt durch die Art und Weise, wie uninteressierte, unwillige Mitarbeiter des Anbieters kommunizieren. Oder es werden Chancen auf mögliche Zusatzgeschäfte nicht genutzt. Training und Qualifizierung der Verkaufsmitarbeiter sind die besten Investitionen, die ein Unternehmer machen kann:

- Ihre freundlichen, aufgeweckten Mitarbeiter akquirieren leichter und mehr Neukunden.
- Eingehende Kundenanfragen werden öfter in Aufträge verwandelt.
- Bei den regelmässigen Bestellvorgängen der Stammkunden werden mehr Zusatzverkäufe angeschlossen.
- Ihr Verkaufsteam wirkt motivierter – denn neues Wissen spornt an.

Tipp 8: Engagieren Sie sich aktiv in Organisationen, in denen Ihre potenziellen Kunden sind!

Viele andere Unternehmer, die zu Ihren potenziellen Kunden zählen, sind Mitglieder in verschiedenen Organisationen. In Marketingclubs, Wirtschaftsunionen, Handwerkervereinigungen, im Bundesverband für die mittelständische Wirtschaft ... Was



liegt näher, als ebenfalls in den passenden Gruppen Mitglied zu werden und so beinahe zwangsläufig zu neuen Kontakten zu kommen? Vielleicht ergibt sich so auch die Gelegenheit, dass Sie einen Vortrag über Ihr Tätigkeitsgebiet halten?

Tipp 9: Nutzen Sie Messen – als Besucher oder als Aussteller

Bestimmt kennen Sie die Messen, die für Sie am interessantesten sind, weil dort Ihre Zielgruppe vertreten ist. Sie können dort als Messebesucher die Stände potenzieller Kunden besuchen, um erste Kontakte zu knüpfen, und im Idealfall schon Termine vereinbaren, oder Sie sind ebenfalls mit einem Stand vertreten, um neue Kunden auf Ihre Leistungen aufmerksam zu machen. Im ersten Fall drucken Sie sich am besten die Ausstellerliste vorab aus dem Internet aus und planen so Ihren Direktbesuchstag, im letzteren Fall sollten Sie Ihre Zielgruppe mit einem Mailing informieren und an Ihren Stand einladen – dann telefonisch nachfassen

und Termine vereinbaren: zum persönlichen Gespräch am Messestand.

Tipp 10: Setzen Sie Onlinemarketing ein!

Sicher haben Sie schon längst eine eigene Website. Da die meisten Ihrer Mitbewerber auch eine haben, genügt das heutzutage nicht mehr. Ihre Website muss im Netz gefunden werden. Hier helfen Ihnen vor allem folgende Strategien:

- **Newsletter-Marketing:** Sie lassen sich von vorhandenen und neuen Kunden die E-Mail-Adressen geben, z.B. über einen Gratis-Download von Ihrer Website, und informieren diese dann in regelmässigen Abständen über Ihre Angebote.
- **Suchmaschinenmarketing:** Sie kaufen bei Google so genannte Adwords, d.h. bestimmte Suchbegriffe, unter denen Kunden Ihre Produkte und Dienstleistungen im Internet suchen. Diese bezahlten Anzeigen erscheinen bevorzugt zuoberst und rechts in der Google-

Trefferliste. Mehr Infos unter www.google.de/AdWords.

- **Suchmaschinenoptimierung:** Sie bemühen sich, unter dem kostenlosen Hauptfeld der Google-Trefferliste unter Ihren Suchbegriffen möglichst weit oben zu landen. Hier gibt es Profis, die sich auf diesen Bereich spezialisiert haben und Sie entsprechend unterstützen können.

Autoren-Kurzbiografie



Markus I. Reinke

ist spezialisiert auf die Neukundengewinnung und hilft Verkäufern und Unternehmern, in diesem Segment schnell zu mehr Erfolg zu kommen. 2008 gewann er den Internationalen Deutschen Trainingspreis BDVT in Silber für sein Konzept zur Gewinnung neuer Kunden. Neu erschienen im Aufsteiger-Verlag ist sein Hörbuch »Mehr Neukunden mit Direktkontakten«.

Informationen:

Telefon: 0049 (0)2166 611882
info@reinke-verkaufstraining.de
www.reinke-verkaufstraining.de

Werbung

Sind Sie schon Abonnent von »Noch erfolgreicher!«?

Wenn nicht, sollten Sie sich unbedingt die Abo-Vorteile genauer anschauen unter www.noch-erfolgreicher.com. Unsere Zeitschrift ist ein MUSS für alle erfolgsorientierten Firmen und Haushalte: Sie inspiriert, motiviert und hält unsere Leser auf Erfolgskurs. Und sie gibt ihnen wertvolle Anregungen und schenkt ihnen neue Ideen.

Das grosse Alex Rusch Web-Marketing Seminar 2012 ...

... findet vom 11. bis 12. Februar 2012 statt. Hier lernen Sie die neuesten Web-Marketing-Strategien kennen. Sie sollten unbedingt dabei sein!

Weitere Informationen unter:

www.alexrusch.com/web-erfolg

Schalten auch Sie eine Anzeige

in »Noch erfolgreicher!«. Auf diese Weise können Sie rund 120 000 dynamische, erfolgsorientierte Leser ansprechen. Ab € 390,- ist dies bereits möglich.

Weitere Infos erhalten Sie unter www.noch-erfolgreicher.com/werbung. Oder rufen Sie uns an unter Tel. 0180-500 59 40 (Deutschland) oder Tel. 062 888 40 54 (Schweiz).